

Implementasi *Market Day* dalam Menumbuhkan Karakter Kewirausahaan Siswa SD Negeri Ngadirejo 5 Kota Kediri

Implementation of Market Day in Fostering the Entrepreneurial Character of Students at Ngadirejo 5 Public Elementary School, Kediri City

Eunike Rose Mita Lukiani ^{*a}, Shinta Maya Shafa ^b

a Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

b Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

* eunike_rose.ep@upnjatim.ac.id (Primary Contact)

ABSTRACT

Keywords

Character Education,
Elementary School,
Entrepreneurial
Character, Market
Day, Project-Based
Learning

Article History

Received: 2025-11-05

Accepted: 2025-11-25

This study aims to examine the role of Market Day activities in fostering entrepreneurial character among students at SDN Ngadirejo 5, Kediri City. The background of this research stems from students' strong determination to pursue a better future despite their parents' economic limitations and the absence of practical entrepreneurship-based activities at the school. This study involved fifth-grade students, who were considered developmentally ready to engage in project-based learning. Using a qualitative approach with observations and interviews, the Market Day program was implemented through three stages: preparation, implementation, and evaluation. The findings show that Market Day effectively fosters key entrepreneurial character traits, including responsibility, empathy, self-confidence, critical reasoning, creativity, enthusiasm, adaptability, and persistence. Overall, Market Day provides a meaningful learning experience and serves as an effective innovation for developing entrepreneurial character from an early age.

Copyright © 2025, Lukiani et al.
Published by MAN 4 Kota Pekanbaru
DOI: [10.56113/takuana.v4i3.207](https://doi.org/10.56113/takuana.v4i3.207)

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, tingkat pengangguran terbuka di Indonesia mencapai 7,07 persen dari total 138,22 juta angkatan kerja, yang berarti terdapat sekitar 9,77 juta orang di Indonesia termasuk dalam kategori pengangguran terbuka. Salah satu solusi tepat dari pengangguran adalah lahirnya wirausahawan baru yang mencoba menciptakan bisnis mereka sendiri. Namun untuk menjadi seorang wirausaha diperlukan mentalitas kewirausahaan yang tangguh, sebagai kunci untuk menghadapi tantangan menjalankan bisnis (Maya, 2023).

Karakteristik kewirausahaan pada dasarnya mencerminkan keunikan pribadi atau psikologis seseorang yang terwujud dalam tiga dimensi utama: nilai-nilai yang diyakini, sikap dalam menghadapi situasi, serta kebutuhan yang mendorong tindakan. Ketiganya saling berkaitan dan membentuk pola pikir serta perilaku seorang individu dalam dunia usaha (Wirastika, 2016). Karakteristik tersebut menggambarkan bagaimana seseorang berpikir, merasa dan bertindak saat merespons peluang atau tantangan dalam berwirausaha.

Karakteristik kewirausahaan memainkan peran penting dalam membentuk pola pikir dan sikap mental seseorang. Sifat-sifat seperti kemampuan berinovasi, berpikir kreatif, berani mengambil risiko, tekun, memiliki semangat kerja tinggi, serta daya juang yang kuat (Sari, 2022). Jika diselaraskan dengan pengetahuan, keterampilan, dan kewaspadaan, akan sangat menentukan keberhasilan sebuah usaha. Wirausahawan yang memiliki karakteristik wirausaha pada umumnya akan lebih siap menghadapi berbagai tantangan dan rintangan dalam menjalankan bisnisnya (Saaadah, 2023).

Pemilihan SDN Ngadirejo 5 sebagai lokasi penelitian berawal dari keterlibatan peneliti dalam program Kampus Mengajar. Pemerintah menempatkan tim mahasiswa di SDN Ngadirejo 5 karena melihat tingkat numerasi dan literasi di SDN Ngadirejo 5 masih tertinggal dibanding sekolah-sekolah negeri lainnya di Kota Kediri. Di samping tingkat numerasi dan literasi yang masih kurang, SDN 5 Ngadirejo masih terakreditasi B. Keadaan siswa di SDN Ngadirejo 5 berasal dari latar belakang ekonomi kurang mampu. Pekerjaan orangtua mayoritas sebagai pedagang sayur-sayuran, buah dan makanan minuman di pasar tradisional Ngadisimo. Meski siswa tidak asing dengan kegiatan jual beli, namun rupanya kearifan lokal ini belum dimanfaatkan dalam pembelajaran. Berdasarkan temuan tersebut, tim peneliti merancang program *Market Day* sebagai metode pembelajaran inovatif yang selaras dengan karakteristik lingkungan siswa. Rupanya ide tim peneliti ini disambut positif oleh seluruh warga sekolah. Terlebih orang tua menyatakan sangat mendukung demi membentuk karakter positif kewirausahaan siswa.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena selaras dengan tujuan penelitian untuk menemukan makna mendalam dari fenomena yang sedang diteliti (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Penelitian dilakukan dari bulan Maret 2024 sampai Juni 2024 pada kelas V di SDN Ngadirejo 5 Kediri. Adapun siswa kelas V SDN Ngadirejo 5 terdiri dari 17 orang siswa, dengan siswa laki-laki sebanyak 7 siswa dan siswa perempuan sebanyak 10 siswa. Langkah-langkah penelitian, *timeline* penelitian dan instrumen penelitian secara lengkap ditunjukkan dalam Tabel 1.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Tahap Awal Penelitian

- a. Observasi kegiatan pembelajaran, latar belakang siswa dan wawancara kepala sekolah

Observasi awal penelitian dilaksanakan selama satu minggu di SDN Ngadirejo 5 Kota Kediri. Kegiatan observasi bertujuan menangkap permasalahan dan kebutuhan sekolah. Kegiatan observasi meliputi penggunaan sarana prasarana sekolah, dinamika pembelajaran, interaksi guru dan murid, tingkat partisipasi siswa dan latar belakang sosial ekonomi siswa.

Observasi juga dilengkapi dengan wawancara mendalam bersama guru dan kepala sekolah sebagai triangulasi sumber data terkait temuan permasalahan dan kebutuhan nyata di sekolah.

Wawancara Kepala sekolah, Ibu Rukiani, S.Pd. dilaksanakan pada tanggal 18 Maret 2024, menyatakan,

“Siswa sebenarnya memiliki potensi untuk berprestasi, Mbak. Namun mayoritas latar belakang sosial ekonomi orangtua siswa SDN Ngadirejo 5 berasal dari keluarga kurang mampu. Sehingga banyak tantangan dari orangtua untuk memberikan fasilitas anak belajar.” Disamping itu guru kelas menyatakan bahwa perlu inovasi metode pembelajaran. “Proses pembelajaran di dalam kelas masih terbatas, dari media belajar, misalnya itu yang membuat sulit bagi guru-guru disini. Perlu ada gebrakan untuk membangkitkan semangat guru dan anak-anak semangat belajar, Mbak. Pembelajaran yang berbeda dari biasanya. Tidak konvensional, siswa bisa aktif dan sesuai dengan jaman now” (Rukiani, 2024).

Tabel 1. Langkah-langkah penelitian *Market Day*

Tahap	Tujuan	Bulan	Minggu ke-	Kegiatan	Instrumen Pengamatan
1	- Menemukan kebutuhan sekolah - Memotret karakteristik sekolah - Mengidentifikasi data awal penelitian	Maret 2024	ke-3	a. Observasi sarpras b. Observasi kegiatan pembelajaran c. Observasi latar belakang sosial ekonomi siswa	a. Lembar Observasi b. Wawancara Kepala Sekolah c. Wawancara Guru
			ke-4	d. FGD Perencanaan <i>Market Day</i>	d. FGD Rencana Aksi Kolaborasi (RAK) <i>Market Day</i>
2	- Pengumpulan data penelitian - Reduksi Data - Penyajian Data	Apr-24	ke-1	e. Siswa membentuk kelompok	e. Lembar observasi
			ke-2	f. Kelompok merumuskan ide produk	keterlaksanaan program <i>Market Day</i>
			ke-3	g. Praktik mengelola keuangan	f. Lembar observasi
		Mei 2024	ke-1	h. Belajar Bank Pintar	perkembangan karakter
ke-3	i. Praktik komunikasi pelayanan pemasaran		entrepreneurship siswa		
		Juni 2024	ke-4	j. Penguatan & verifikasi kesiapan <i>Market Day</i>	
			ke-1	k. Hari <i>Market Day</i>	
3	- Evaluasi - Refleksi - Pengambilan keputusan	Juni 2024	ke-2	l. Telaah data kemunculan karakter entrepreneurship pada siswa melalui kegiatan <i>Market Day</i>	g. Wawancara bersama kepala sekolah h. Wawancara bersama guru i. Wawancara bersama siswa j. Wawancara bersama komite (wali murid)

Selain mewawancarai Kepala Sekolah, tim peneliti juga melakukan wawancara dengan guru wali kelas V, Bapak Nanang Yunanto, S.Pd., untuk memperjelas temuan karakteristik siswa kelas V SDN Ngadirejo 5.

“Secara umum karakteristik siswa kelas V sama dengan siswa usia SD biasanya, senang bermain, berteman, namun cenderung mudah kecil hati jika belajar ilmu pengetahuan yang baru.” (Nanang, 2024)

Gambar 1	Gambar 2	Gambar 3
		
<p>Foto bersama Kepala Sekolah setelah kegiatan wawancara & observasi awal penelitian</p>	<p>Observasi tim peneliti melihat situasi kelas V</p>	<p>Suasana FGD merencanakan RAK <i>Market Day</i></p>

b. FGD merencanakan Rencana Aksi Kolaborasi (RAK) Market Day

Tindak lanjut atas temuan observasi, peneliti bersama guru-guru SDN Ngadirejo 5 melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) yaitu diskusi mendalam untuk merencanakan aksi kolaborasi mengatasi permasalahan siswa di SDN Ngadirejo 5 (Gambar 3). Berdasarkan hasil FGD diperoleh keputusan bersama yakni melaksanakan kegiatan *Market Day*.

Market Day merupakan istilah yang berasal dari bahasa Inggris, di mana "*market*" berarti pasar dan "*day*" berarti hari, sehingga secara literal dapat diartikan sebagai "hari pasar." Dalam pelaksanaannya, *Market Day* adalah suatu bentuk kegiatan bazar yang diadakan oleh sekolah dengan melibatkan seluruh unsur komunitas pendidikan, seperti guru, tenaga kependidikan, siswa, serta orang tua atau wali. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi jual beli, tetapi juga sebagai media pembelajaran kontekstual yang bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan pada siswa. Melalui *Market Day*, siswa diberi ruang untuk mengembangkan berbagai karakter positif, seperti rasa percaya diri, keberanian dalam mengambil risiko, keterampilan komunikasi, kemampuan berpikir bisnis, kejujuran, tanggung jawab dan kemandirian (Sholihatul, 2025).

Program *Market Day* dipilih sebagai solusi intervensi, melalui pembelajaran berbasis proyek. Di dalam *Market Day*, siswa didorong untuk terlibat aktif, seperti: mengambil keputusan, menghitung laba dan lain sebagainya. Dengan keterlibatan aktif siswa dan pembelajaran yang bermakna (*meaningfulness*) pada akhirnya akan mengaktifkan karakter kreatif, kepercayaan diri, gigih serta mandiri. Semangat siswa dan orang tua untuk memajukan masa depan menjadi justifikasi bahwa kegiatan *Market Day* didukung positif oleh seluruh warga sekolah.

3.2. Pelaksanaan Rangkaian Program Kegiatan Market Day

a. Pembentukan kelompok

Pembentukan kelompok dilaksanakan pada minggu ke-3 bulan Maret 2024. Siswa kelas V sebagai obyek penelitian dapat memilih sendiri anggota kelompoknya, namun tetap dalam pengawasan dan bimbingan guru (Gambar 4). Guru harus memastikan jalannya pembentukan kelompok tidak ada unsur *bullying*, *circle*, *geng* dan sebagainya. Kelompok yang terbentuk haruslah kelompok yang heterogen, tidak membedakan jenis kelamin, ras, suku, agama, di dasari rasa kekeluargaan dan saling menghormati satu dengan yang lain. Justru dari setiap perbedaan siswa akan melengkapi satu dengan yang lain. Kelemahan seorang akan diisi oleh kekuatan teman yang lain.

Pembentukan kelompok ini merupakan langkah awal yang krusial. Pada saat pembentukan kelompok peran guru menanamkan nilai-nilai Pelajar Pancasila yang berketuhanan, berkemanusiaan, dan berkeadilan sosial. Guru juga harus menjadi pendengar yang baik saat siswa mengajukan pendapat. Sikap guru tersebut akan menjadi teladan bagi siswa untuk juga mau mendengarkan pendapat temannya. Sehingga siswa terbiasa percaya diri menyampaikan pendapat tanpa rasa takut untuk diejek dan mendengarkan pendapat orang lain untuk dimusyawarahkan bersama berdasar kekeluargaan dan hati nurani yang bersih.

Gambar 4	Gambar 5	Gambar 6
		
<p>Pendataan siswa yang bertugas menjadi ketua kelompok</p>	<p>Kelompok mendapatkan bimbingan guru dari ide produk yang diajukan</p>	<p>Analisis perhitungan modal, harga jual dan keuntungan yang dibuat siswa</p>

b. Pembentukan Ide Produk

Merumuskan ide produk dilakukan dengan cara diskusi (*brainstroming*) dalam kelompok masing-masing. Guru bersama tim peneliti bertanggung jawab mengelola diskusi kelompok berlangsung sehat. Yaitu saling menghargai pendapat teman dan ide produk merupakan produk yang bisa dikerjakan siswa sendiri (bukan orang tua). Disamping itu guru juga membimbing kelompok merumuskan bahan yang baku, estimasi harga jual dan pertimbangan risiko atas produk yang diajukan kelompok.

c. Praktik manajemen keuangan

Praktik manajemen keuangan dilaksanakan pada minggu ke-3 bulan April. Siswa praktik belajar membuat perhitungan modal, biaya produksi, harga jual, laba bagi hasil dan risiko kerugian. Praktik manajemen keuangan merupakan salah satu bagian inti dalam kegiatan *Market Day* di SDN Ngadirejo 5 Kota Kediri. Kegiatan ini dirancang agar siswa tidak hanya

memahami konsep jual beli secara teoritis, tetapi juga mengaplikasikan prinsip dasar ekonomi secara langsung, seperti menyusun anggaran, menghitung modal, menetapkan harga jual, memperkirakan keuntungan, dan melakukan evaluasi keuangan pasca-penjualan.

Tabel 2. Data kelompok dan ide produk

Kelompok	Ide Produk	Anggota
1	Permen coklat karakter	Aurelia Putri Bilqis Humairo Charamia Ghania Helena Putri P Ilham Agung R Jinan Kalisha
2	Telur Asin	Jinnie Leyya Khaesa Farah Kian Syarif P Mohamad Farid Muhammad Rayhan
3	Brambang Goreng	Muhammad Rhaka Natasya Qurrota Ai Robby Putra A Valayntin Sanjar Zainur Nur Fadila Zheryn Putri P

Sumber: Data Penelitian, 2025

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, siswa dibagi ke dalam kelompok-kelompok kecil yang masing-masing bertanggung jawab atas satu jenis produk. Salah satu kelompok memilih untuk menjual telur asin sebagai produk unggulan mereka. Contoh praktik keuangan mengambil salah satu produk siswa adalah Telur Asin.

1. Perencanaan modal awal

Kelompok siswa melakukan pencatatan kebutuhan bahan dan alat yang akan digunakan, antara lain:

- Telur bebek
- Garam
- Batu Bata
- Baskom penyimpanan telur yang sedang diasinkan
- Toples penyimpanan telur yang telah diasinkan

2. Penetapan harga jual

Siswa diajarkan menggunakan rumus sederhana untuk menentukan harga jual dengan mempertimbangkan keuntungan yang wajar:

- Harga Pokok Produksi (HPP) = Rp 45.000
- Target laba/buah = Rp 500
- Harga jual/buah (HPP + Laba)= Rp 3.000 + Rp 500 = Rp 3.500/buah

3. Perhitungan Laba dan Evaluasi

Setelah kegiatan, siswa menghitung:

- Pemasukan= 16 telur asin X 3500 = Rp 56.000
- Modal awal = Rp 45.000
- Laba bersih= Rp 56.000 – Rp 45.000 = Rp 11.000

Melalui kegiatan ini, siswa belajar bahwa pengelolaan keuangan tidak hanya sebatas menghitung modal dan laba, tetapi juga memahami risiko, seperti jika produk tidak laku. Dalam sesi refleksi, beberapa hal yang berhasil diidentifikasi oleh siswa antara lain, siswa menyadari bahwa harus dapat mengelola bahan agar tidak terjadi pemborosan dan membedakan uang modal dengan uang hasil penjualan.

d. Praktik Bank Pintar

Praktik bank pintar adalah belajar literasi keuangan yang memberikan pengalaman praktis bagi siswa dalam mengelola uang. Lewat kegiatan Bank Pintar ini, siswa belajar sejak dini mengambil keputusan keuangan serta mengenal pentingnya menabung. Bank pintar dirancang agar siswa tidak hanya belajar teori, tetapi juga praktik langsung. Siswa belajar cara mencatat dan mengelola keuangan mereka. Peran Bank Pintar dalam mempersiapkan siswa menghadapi kegiatan *Market Day*, yakni dengan simulasi jual-beli di kelas. Siswa belajar menjalankan “toko” mini untuk menetapkan harga barang, mengelola pendapatan serta mengelompokkan pengeluaran (Gambar 7).

Hasil observasi terlihat antusiasme siswa. Siswa terlihat aktif dan bersemangat saat mengikuti kegiatan Bank Pintar. Kegiatan Bank Pintar ini membuat materi keuangan menjadi mudah dipahami, sebagaimana yang dikemukakan oleh (Yusnia, 2024). Dengan pengetahuan dan pengalaman praktis ini, siswa diharapkan mengetahui situasi ekonomi nyata. Menjadi bekal pengetahuan keuangan untuk kehidupannya maupun untuk berwirausaha.

Gambar 7	Gambar 8
	
<p>Siswa tekun mencatat pengelolaan keuangannya</p>	<p>Siswa berani memasarkan produk pada guru</p>

e. Praktik komunikasi pelayanan

Praktik komunikasi pelayanan dilaksanakan pada minggu ketiga bulan Mei 2024. Kegiatan ini menjadi salah satu tahapan penting dalam proses pembelajaran karakter kewirausahaan, yang bertujuan untuk membekali siswa dengan pengalaman langsung

berinteraksi dengan pelanggan sebelum pelaksanaan *Market Day*. Harapannya, siswa tidak lagi merasa canggung dan lebih siap dalam menjual produknya kepada masyarakat umum.

Sebagai bagian dari proses pembelajaran karakter kewirausahaan, siswa juga diberikan pemahaman tentang pentingnya komunikasi dalam pelayanan. Kegiatan ini menjadi lanjutan dari simulasi jual beli yang sebelumnya sudah dilaksanakan oleh siswa. Setelah mereka memahami bagaimana mengelola keuangan, menghitung untung maupun rugi, pada tahap ini siswa mulai diarahkan untuk melatih kemampuan berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk simulasi praktik melayani pelanggan secara langsung, di mana siswa diminta untuk memperagakan bagaimana mereka menawarkan produk, memberikan informasi yang ramah, dan menyelesaikan transaksi dengan sopan serta penuh tanggung jawab. Kegiatan ini menjadi wadah untuk menumbuhkan rasa percaya diri dan kepekaan sosial siswa. Fokus utama dari kegiatan ini adalah agar siswa mampu berinteraksi secara aktif, percaya diri dan tetap santun ketika menjual produknya.

Sasaran dari praktik ini adalah seluruh kelompok siswa yang telah merancang dan menyiapkan produk untuk kegiatan *Market Day*. Setiap kelompok mendapatkan kesempatan secara bergiliran untuk mempraktikkan strategi komunikasi pelayanan. Suasana selama praktik berlangsung cukup hidup. Beberapa siswa dengan antusias langsung mengambil peran penjual dan menghampiri guru untuk menawarkan produk dengan antusias. Setiap kelompok siswa diberi kesempatan untuk mempraktikkan bagaimana cara menawarkan produk, menjelaskan keunggulan produknya. Beberapa siswa awalnya tampak ragu atau malu-malu, terutama saat harus menyapa guru sebagai pembeli dan menjelaskan produk yang mereka jual. Di sinilah kekuatan kerja kelompok terlihat, teman-teman dalam satu tim justru menjadi penyemangat, memberikan dukungan, arahan, dan bahkan menggandeng temannya untuk ikut bicara, agar keberanian perlahan tumbuh. Sikap saling mendukung ini menjadi salah satu nilai tambah yang tampak menonjol dalam kegiatan ini.

Hal menarik yang terjadi adalah kebanyakan siswa mampu dalam mengelola emosinya dan saling memahami. Mereka mampu bekerja dengan baik, tidak menunjukkan sikap marah atau kecewa ketika terjadi perbedaan pendapat selama praktik jual beli berlangsung. Justru setelah kegiatan selesai, para siswa mengadakan musyawarah kelompok. Mereka saling berbicara secara terbuka, menyampaikan pendapat tentang kekurangan masing-masing, cara menyampaikan promosi yang belum efektif, produk yang kurang menarik, hingga saran tentang sikap dan kerjasama antar anggota tim. Kegiatan refleksi ini menunjukkan bahwa anak-anak mulai belajar menyelesaikan persoalan secara matang dan bijak.

Guru dan peneliti berperan sebagai fasilitator yang memberi ruang luas bagi siswa untuk bereksplorasi dan mencoba. Guru dan peneliti mengamati perkembangan keterampilan komunikasi siswa, memberikan pendekatan positif yang memberikan arahan dan membimbing apabila ada hambatan selama praktik. Tidak ada paksaan dalam proses ini hanya ada rasa kepercayaan bahwa siswa mampu tumbuh dengan pembelajaran yang terbuka, dialogis dan menyenangkan.

Memberikan ruang bagi setiap anak untuk mencoba dan bereksplorasi, di sinilah terlihat bahwa ketika anak-anak diberikan kepercayaan, mereka akan menunjukkan potensi terbaiknya. Mereka terlihat mulai menikmati perannya sebagai “penjual cilik” dengan mencoba menumbuhkan keberanian dalam berbicara, belajar mengatur intonasi

suara, memilih kata-kata yang sopan dan menunjukkan sikap percaya diri ketika menjelaskan produk buatan mereka kepada pelanggan.

f. Penguatan dan verifikasi kesiapan pelaksanaan *Market Day*

Penguatan dan verifikasi kesiapan *Market Day* dilaksanakan pada minggu keempat bulan Mei 2024. Kegiatan ini menjadi tahap akhir sebelum pelaksanaan *Market Day* yang sesungguhnya. Tujuan utamanya adalah memastikan seluruh siswa benar-benar siap, baik dari segi mental, keterampilan komunikasi, hingga pemahaman terhadap konsep dasar kewirausahaan. Di dalamnya juga terdapat proses pembelajaran lanjutan yang bersifat reflektif dan korektif agar siswa mampu memperbaiki hal-hal yang masih perlu ditingkatkan.

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk melihat lebih dalam kesiapan setiap kelompok dalam menjalankan perannya juga kesiapan sikap dan cara mereka berinteraksi dengan konsumen. Di sinilah kami bersama guru berupaya hadir sebagai pendamping yang membantu anak-anak mengenali apa yang sudah baik dan apa yang masih bisa diperbaiki dengan cara yang menyenangkan.

Salah satu hal yang menjadi perhatian adalah bagaimana anak-anak belajar memasarkan produknya dengan cara yang santun, tidak memaksa dan tetap menjaga kenyamanan pelanggannya. Kami menyampaikan kepada mereka bahwa memberi pilihan dan ruang kepada pembeli justru menciptakan kesan positif dan rasa percaya yang akan mendorong keputusan pembelian secara alami. Sikap memaksa justru bisa membuat konsumen merasa tidak nyaman. Pesan ini disampaikan melalui diskusi kecil yang ringan namun bermakna, agar mudah dipahami oleh anak-anak.

Siswa mulai diarahkan untuk lebih mandiri dalam pengambilan keputusan kelompok. Anak-anak terlihat antusias terlebih ketika mereka mulai menyadari bahwa kegiatan ini bagian dari tanggung jawab mereka sebagai seorang wirausahawan kecil. Beberapa siswa yang sebelumnya terlihat pemalu, mulai menunjukkan inisiatif dalam berbicara menjawab pertanyaan pemantik yang ditanyakan guru. Hal ini tidak terlepas dari semangat saling mendukung antar anggota kelompok. Anak-anak yang memiliki keberanian lebih, dengan sabar mengajak temannya untuk turut tampil. Pendekatan yang suportif dan tidak menghakimi inilah yang menjadi kekuatan utama dalam pembentukan karakter siswa.

Secara keseluruhan, kegiatan penguatan dan verifikasi ini bukan hanya menjadi momen persiapan teknis, tetapi juga sebagai cermin proses pembentukan karakter kewirausahaan yang mulai dari kebersamaan, saling percaya dan tumbuh bersama. Ketika anak-anak diberikan ruang dan kepercayaan, bukan hanya sekedar belajar berdagang, tetapi juga belajar menjadi pribadi yang tangguh, bijak dan bertanggung jawab.

g. Hari Market Day

Market Day dilaksanakan pada minggu pertama bulan Juni. Dalam acara *Market Day* ini turut hadir pula wali murid kelas 1 sampai kelas 5 yang mengambil rapor kenaikan kelas. Suasana *Market Day* sangat antusias dan menyenangkan. Siswa aktif memasarkan produk. Siswa pemalu juga mencoba menawarkan produknya. Siswa bekerja sama membantu antar teman, tidak panik dan bisa mengatur emosional, siswa melakukan komunikasi dua arah dengan pembeli dengan sangat baik. Disamping itu juga terlihat kegigihan, kerja keras, dan percaya diri, karena siswa merasa sudah memiliki persiapan yang matang.

Market Day dilaksanakan pada minggu pertama bulan Juni 2024, menjadi puncak dari proses belajar siswa selama beberapa minggu sebelumnya. Suasana hari itu cukup ramai dan penuh semangat serta antusiasme dari warga sekolah, mulai dari guru, siswa, hingga orang tua wali murid, turut bersama-sama mempersiapkan kegiatan ini. Wali murid dari kelas 1 sampai kelas 6 hadir untuk memeriahkan acara anak-anak, sekaligus memberikan semangat dan apresiasi secara langsung kepada mereka. Kehadiran orang tua sangat memberi makna dalam acara ini terlihat sangat hidup, karena antusiasme mereka begitu terasa, bahkan beberapa datang lebih awal untuk melihat dan membeli produk buatan siswa siswi.

Saat kegiatan dimulai, siswa terlihat langsung aktif memasarkan produk. Mereka mulai menawarkan dagangannya kepada guru, orang tua murid dan teman dari kelas lain. Terdapat beberapa siswa yang pemalu dan ragu menghadapi tantangan baru, karena harus menawarkan produk kepada orang dewasa atau orang yang belum mereka kenal dekat. Namun, dengan penuh keberanian, mereka tetap mencoba dan perlahan mulai bisa berinteraksi. Mereka belajar menyapa dengan sopan, menjelaskan produk dengan bahasa sesuai kemampuan mereka sendiri dan melayani pembeli meskipun terlihat masih ada rasa gugup. Tapi justru di situ letak nilai pembelajaran penting bagi mereka bahwa keberanian bisa tumbuh dari mencoba.

Ada pula siswa yang sempat kebingungan ketika menghadapi banyaknya penjual dan saat memberikan kembalian. Namun, dalam situasi seperti ini, terlihat kekompakan dan kerja sama antar anggota kelompok. Teman satu tim dengan cepat memberikan bantuan, saling mendukung dan saling mengingatkan tanpa menyalahkan satu sama lain.

Dari segi komunikasi, sebagian besar siswa mulai bisa menyampaikan informasi produk mereka dengan baik. Siswa mencoba berbicara dengan sopan dan memilih kata-kata yang sesuai. Memang masih ada yang merasa kesulitan, tetapi tidak terlihat menyerah. Justru mereka berusaha menghadapi hingga dapat menyelesaikan masalah dengan cepat, percaya pada teman-temannya dan tetap saling menguatkan antar anggota. Jika dibandingkan dengan saat simulasi sebelumnya, perkembangan siswa terlihat cukup signifikan. Mereka tampak lebih siap, tidak terlalu canggung, dan lebih memahami bagaimana cara menghadapi pembeli secara langsung.

Gambar 9	Gambar 10
	
Stand kelompok dalam acara <i>Market Day</i>	Salah seorang siswa mempresentasikan produknya di panggung <i>Market Day</i>

Para guru dan orang tua merasa bangga dan senang melihat antusiasme dan keberanian siswa. Guru juga mengamati beberapa siswa yang sebelumnya terlihat tidak memiliki rasa kepercayaan dan kemampuan malah dengan senang melihat adanya perubahan dari siswa tersebut. Beberapa orang tua juga terlihat aktif memberikan

semangat secara langsung kepada anak-anak mereka yang terlihat ragu-ragu. Kegiatan ini berjalan dengan lancar dan penuh makna. Apa yang sudah mereka pelajari selama beberapa minggu sebelumnya mulai dari komunikasi, kerja sama tim, manajemen emosi, sampai perhitungan sederhana dalam jual beli dapat mereka terapkan secara nyata.

Ketika siswa menghadapi persoalan baru, siswa mampu beradaptasi dengan baik karena sudah memiliki dasar dan latihan yang cukup dari proses sebelumnya. Dari proses ini pula terlihat bahwa dengan kepercayaan dan kesempatan, anak-anak mampu menampilkan potensi terbaiknya secara alami.

3.3. Evaluasi dan Refleksi Kegiatan *Market Day*

Tahap ini pada evaluasi dan refleksi kegiatan *Market Day*. Pada tahap 3 ini seluruh instrumen penelitian dievaluasi dan dianalisis. Tujuannya untuk mengetahui apakah kegiatan *Market Day* dapat menumbuhkan karakter wirausaha pada siswa. Adapun kelengkapan instrumen diantaranya: a) Lembar observasi keterlaksanaan rangkaian kegiatan *Market Day* ditunjukkan, b) Lembar observasi Karakter kewirausahaan yang muncul pada siswa, c) Wawancara bersama kepala sekolah, d) Wawancara guru, e) Wawancara siswa, f) Wawancara komite sebagai perwakilan wali murid.

a. Hasil observasi keterlaksanaan rangkaian kegiatan *Market Day*

Setiap langkah kegiatan *Market Day* diamati keterlaksanaannya dan direkam dalam lembar observasi keterlaksanaan rangkaian kegiatan *Market Day*. Sebagai tim observer adalah: 1)Wali Kelas V Bapak Nanang Yunanto, S.Pd. 2)Guru Pamong Kampus Mengajar Bapak Nugroho, S.Pd., 3)Ketua Tim peneliti Shinta Maya. Rangkuman hasil keterlaksanaan rangkaian *Market Day* dan catatan lapangan ditunjukkan dalam Tabel 3.

b. Hasil observasi karakter kewirausahaan yang muncul pada siswa

Dalam penelitian ini, terdapat 7 karakter kewirausahaan yang diteliti. Karakter tersebut adalah: 1)Tanggung Jawab, 2)Empati, 3)Percaya Diri, 4)Bernalar Kritis, 5)Kreatif, 6)Antusias, 7)Adaptif, 8)Gigih (Yanti, 2019). Berdasarkan hasil pengamatan, ketujuh karakter kewirausahaan tersebut tampak pada siswa. Karakter kewirausahaan yang paling dominan muncul pada sebagian besar siswa adalah rasa percaya diri. Hal ini terlihat dari keberanian siswa dalam menawarkan produk yang mereka jual kepada guru, orang tua dan teman-temannya. Meskipun awalnya masih ada yang malu-malu dan agak canggung, tapi setelah mereka bertekad mencoba dan dorongan anggota kelompok, keberanian itu perlahan muncul. Bahkan ada siswa terlihat semakin luwes dan kreatif untuk mengajak berbicara menarik perhatian calon pembeli.

Disusul kemudian rasa tanggung jawab. Siswa memiliki keterikatan emosi terhadap tim dan produk yang jualnya. Hal ini timbul, karena siswa sejak awal pembuatan produk melaksanakan secara bersama-sama. Tidak terlihat siswa yang meninggalkan *stand* sekedar untuk bermain. Ini menunjukkan juga dengan empati rasa kesetiakawanan siswa terhadap temannya. Secara otomatis siswa langsung membantu saat teman ada yang kesulitan atau bingung, tanpa menyalahkan.

Berpikir kritis dan berpikir kreatif terlihat sejak *brainstorming* perumusan ide produk, praktik manajemen keuangan hingga hari bazar *Market Day*. Beberapa contoh kejadian adalah, siswa harus dapat merumuskan ide produk yang kreatif namun tetap sederhana sesuai dengan kemampuan mereka melakukan produksi. Ketelitian

merumuskan modal, ketelitian menghitung uang kembalian, ketelitian menghitung laba. Kreatif menarik calon pembeli, komunikasi yang kreatif jika pembeli menawar harga atau bertanya tentang diskon.

Tabel 3. Hasil observasi keterlaksanaan rangkaian kegiatan *Market Day*

Kegiatan	Indikator	Keterlaksanaan
Pembentukan kelompok	1. Siswa membentuk kelompok heterogen	√
	2. Pembentukan kelompok didasari saling menghormati dan kekeluargaan	√
<i>Brainstroming</i> produk	3. Mengemukakan pendapat dengan sopan	√
	4. Siswa saling menghargai pendapat	√
Praktik Manajemen keuangan	5. Praktik menentukan modal (HPP)	√
	6. Praktik menghitung harga jual	√
	7. Praktik menentukan laba	√
	8. Praktik menganalisis risiko	√
Praktik Bank Pinter	9. Membedakan kebutuhan dan keinginan	√
	10. Edukasi pentingnya menabung	√
	11. Edukasi cara menabung	√
Praktik komunikasi pelayanan dalam pemasaran	12. Kreatif menarik perhatian pembeli	√
	13. Percaya diri memperkenalkan produk dengan bangga	√
	14. Menggunakan bahasa yang sopan dan jelas ketika menawarkan	√
	15. Kelompok mampu beradaptasi dan menyelesaikan masalah dengan tenang	√
Penguatan dan refleksi	16. Siswa mengetahui kelemahan dan kekuatannya	√
	17. Siswa terbangun meningkatkan ketrampilan dirinya	√

Sumber: Data Penelitian, 2025

Karakter antusias terlihat dari semangat siswa yang mempersiapkan *stand* sejak pagi. Terukir senyum dari raut wajah siswa menunggu acara dimulai dan bahkan masih semangat walaupun cuaca agak panas. Antusiasme ini penting karena semangat mereka membuat kegiatan *Market Day* menjadi hidup dan penuh makna.

Meskipun demikian, berdasarkan catatan lapangan, masih ada karakter yang harus ditingkatkan. Karakter tersebut adalah *adaptif*. Terdapat siswa yang mudah panik ketika menghadapi keadaan di luar rencana. Misalnya, ketika stok habis sementara pembeli yang datang membludak. Karakter lain yang perlu ditingkatkan adalah gigih. Di awal kegiatan *Market Day*, tentu pembeli hanya sedikit karena wali murid belum banyak yang datang. Situasi demikian membuat siswa kecil hati / khawatir dan belum siap dengan risiko yang ditanggung. Hal ini masih wajar, karena siswa baru pertama kali melakukan pengalaman berjualan. Hasil Observasi karakter kewirausahaan yang muncul pada siswa ditunjukkan pada Tabel 4.

c. Hasil wawancara kepala sekolah SDN Ngadirejo 5

Kepala Sekolah SDN Ngadirejo 5, Ibu Rukiani, S.Pd. turut mengkonfirmasi bahwa kegiatan *Market Day* dapat membangun karakter kewirausahaan siswa. Wawancara bersama Ibu Kepala sekolah dilaksanakan di ruang kepala sekolah SDN Ngadirejo 5, pada tanggal 13 Juni 2024 sehari setelah pameran *Market Day*.

“Saya sangat senang sekali Mbak ada yang berani menggagas program Market Day di sekolah ini. Kegiatan Market Day yang kita lakukan ini sangat sesuai dengan latar belakang anak-anak disini yang berasal dari keluarga pedagang pasar. Saya melihat perubahan anak-anak. Saya rasa yang menonjol adalah anak-anak menjadi lebih memiliki inisiatif, lebih peduli dan lebih terbuka untuk bekerja sama dengan temannya. Keberanian dan keaktifan siswa menjadi terarah pada hal yang positif. Bukan sekedar berani dan aktif saja, namun kita berhasil mengarahkan berani menjadi percaya diri yang sopan. Saya juga sangat bangga dengan ide mbak-mbak peneliti, yang mendorong anak-anak dapat merumuskan sendiri barang yang dijual. Meskipun sederhana, telur asin, puding dan brambang goreng, namun itu sesuai dengan kemampuan anak. Memang harusnya barang yang dijual adalah barang yang bisa dikerjakan anak-anak sendiri, tidak dibuatkan orangtua. Sehingga kemandirian dan tanggung jawab anak terbangun. Apalagi kita saya tahu benar rangkaian kegiatan karena, saya juga kan melihat lembar cek list keterlaksanaan kegiatan Market Day.” (Rukaini:2025).

Pernyataan yang disampaikan ibu Rukiani, S.Pd ini sejalan dengan temuan (Wayan et al., 2024) bahwa kegiatan *Market Day* membentuk tanggung jawab dan kemandirian siswa. Produk *Market Day* di SDN 5 Ngadirejo memang sederhana, hanya berupa telur asin, permen coklat dan bawang merah goreng, sebagaimana yang dituturkan Ibu Kepala Sekolah. Namun justru di sinilah titik balik untuk merangsang kemandirian dan tanggung jawab siswa. Siswa mampu membuat sendiri produk dan menentukan biaya serta harga jual untuk memperoleh keuntungan yang wajar.

Tabel 4. Hasil observasi karakter kewirausahaan yang muncul

Siswa	Karakter kewirausahaan yang muncul							
	Tanggung jawab	Empati	Percaya diri	Bernalar Kritis	Kreatif	Antusias	Adaptif	Gigih
1	√	√	√	√	√	√	√	√
2	√	√	√	√	√	√	-	-
3	√	√	√	√	√	√	√	√
4	√	√	√	√	√	√	√	√
5	√	√	√	√	√	√	√	√
6	√	√	√	√	√	√	√	√
7	√	√	√	√	√	√	-	√
8	√	√	√	√	√	√	√	√
9	√	√	√	√	√	√	-	√
10	√	√	√	√	√	√	√	√
11	√	√	√	√	√	√	√	√
12	√	√	√	√	√	√	√	√
13	√	√	√	√	√	√	-	√
14	√	√	√	√	√	√	√	√
15	√	√	√	√	√	√	√	√
15	√	√	√	√	√	√	√	-
17	√	√	√	√	√	√	-	-

Sumber: Data Penelitian, 2025

d. Wawancara Guru Pamong Kampus Mengajar

Dalam hal aktivitas pembelajaran, uraian yang disampaikan Ibu Kepala Sekolah selaras dengan pendapat guru pamong Kampus Mengajar, Bapak Nugroho, S.Pd. Wawancara bersama Bapak Nugroho, S.Pd. dilaksanakan di ruang guru SDN Ngadirejo 5 pada tanggal 13 Juni 2024.

”Menurut saya Program Market Day ini harus dilaksanakan konsisten, setahun sekali di tiap angkatan kelas V. Kenapa di kelas V? Karena umur anak-anak kelas V sudah bisa diberi kepercayaan. Jika kelas IV masih perlu banyak bimbingan apalagi dalam hal masak-memasak, ada api dan kompor. Dan kalau kelas VI mereka tidak bisa diganggu, harus fokus untuk ujian. Jadi saya rasa memang paling tepat di kelas V. Dan saya rasa Market Day ini bisa dikembangkan menjadi sejenis kegiatan ko-kulikuler, karena memperdalam, menguatkan apa yang dipelajari di kelas. Tenaga anak-anak lebih terarah untuk hal positif. Tidak hanya lari-larian tetapi mereka berlari-larian untuk menyiapkan produknya dan berdiskusi. Saya mengucapkan terimakasih Mbak-mbak telah membantu kami bapak ibu guru belajar bersama. Sekarang kami mempunyai kisi-kisi untuk mengamati kegiatan dan menilai kemajuan anak. Sehingga kami bisa mengulang kegiatan Market Day di tahun depan. Terimakasih, tetap semangat” (Nugroho: 2025)

Temuan wawancara bersama Bapak Nugroho, S.Pd ini sesuai dengan temuan (Sormin et al., 2025) bahwa *Market Day* sebagai pembelajaran kreatif dan inovatif yang berpusat pada siswa sekaligus merupakan pendekatan pembelajaran yang inovatif (Susmawati, 2021). Rangkaian kegiatan *Market Day* menjadi wahana bagi siswa untuk menemukan sendiri, membangun dan memaknai konsep sesuai tujuan pembelajaran yang diarahkan. Penelitian (Artiya & Supardi, 2024) turut membenarkan bahwa *Market Day* menjadi salah satu bentuk kegiatan yang efektif untuk mengembangkan kreativitas, kemandirian dan kerja sama siswa.

Literatur (Permata, 2024) menjelaskan bahwa siswa kelas V SD (sekitar usia 10–11 tahun) dianggap cukup matang untuk dilibatkan dalam proyek pembelajaran inovatif seperti *Market Day* dan juga menegaskan bahwa siswa kelas V memiliki kemandirian dan pemahaman yang memadai untuk berpartisipasi aktif dalam pembelajaran berbasis pengalaman seperti *Market Day*. Pada usia ini, siswa berada di penghujung pendidikan dasar sehingga kemampuan kognitif dan sosial mereka relatif lebih berkembang untuk memahami konsep dasar ekonomi dan tanggung jawab sederhana.

e. Wawancara siswa kelas V SDN Ngadirejo 5

Di samping melakukan wawancara dengan kepala sekolah, tim peneliti juga melakukan wawancara bersama siswa, sebagai bentuk triangulasi data. Salah satu siswa kelas V bernama Rayhan mengungkapkan bahwa kegiatan *Market Day* membangun kepercayaan dirinya.

“Awalnya saya takut sekali Kak, tetapi teman-teman kelompok baik, mereka mau mendengar pendapat saya. Saya memilih permen coklat karena saya punya cetakannya. Saya pernah membuat bersama kakak saya waktu lebaran Idul Fitri kemarin. Jadi saya masih ingat dan bisa mengajari teman-teman membuatnya. Cara membuatnya mudah kok, hanya dilelehkan dan dimasukkan dalam cetakan lalu diberi hiasan. Dan permen coklat itu kan enak kak, jadi menurut saya pasti banyak yang membeli. Saya jadi berani ngomong, ternyata tidak semenakutkan seperti yang saya bayangkan sebelumnya” (Rayhan: 2024).

Pernyataan yang disampaikan Rayhan selaras dengan temuan (Latif et al., 2023) bahwa *Market Day* mampu membangun kesadaran siswa atas kemampuan dirinya. Melalui diskusi kelompok, latihan berbicara di depan *customer*, kerja sama mengelola *stand*, dan aktivitas refleksi. Dengan memiliki kepercayaan diri, siswa akan kokoh menghadapi tantangan. Disamping kepercayaan diri siswa.

Di sisi lain, ternyata *Market Day*, memiliki andil dalam membangun ketrampilan sosial siswa. *Market Day* membangun ketrampilan sosial anak, untuk mendengarkan pendapat,

empati, simpati, berbagi, negosiasi, bekerja sama dan menjalin persahabatan (Oktamarina, 2023). Berikut hasil wawancara yang disampaikan salah satu siswa kelas V bernama Natasya.

“Iya Kak, awalnya saat diskusi kelompok itu Kak, memang saya yang paling tidak setuju dengan pendapat Nur. Masak kelompok saya mau buat Brambang Goreng, kayak emak-emak begitu kak, kan malu. Dan ngirisnya itu Kak, kan sulit harus tipis-tipis begitu. Nanti kalau tangan kami kena pisau bagaimana?. Lebih menarik permen coklat seperti kelompok Helen. Tapi kata Nur membuat Brambang Goreng mudah, ada alat untuk mengiris dan pasti akan cepat laku karena yang datang ke sekolah ibu-ibu untuk mengambil rapor. Ya sudahlah, akhirnya saya menurut. Ternyata benar, kelompok kami yang jualannya habis paling duluan bahkan ada yang tanya bisa pesan apa tidak, hehehehe... Saya sudah minta maaf pada Nur, jangan khawatir Kak, kami ini bestie hehehehe.... Yang agak gosong di tester itu Robby yang goreng. Padahal sudah diingatkan Ibunya Nur, kalau sudah agak coklat segera di taruh di serok, supaya warnanya pas waktu diangkat. Video waktu kami masak-masak sudah kami kumpulkan pada Bu Shinta Kak. (Natasya:2024).

f. Wawancara komite sekaligus perwakilan wali murid kelas V

Tim peneliti juga melakukan wawancara salah satu wali murid kelas V, sekaligus beliau adalah komite SDN Ngadirejo 5, Ibu Roika. Berdasarkan hasil wawancara, wali murid merasakan perkembangan karakter kewirausahaan yang terlihat dari kegiatan *Market Day*, diantaranya: ketrampilan berkomunikasi, kepercayaan diri, bekerja sama, dan empati. Berikut hasil wawancara bersama Bapak Ade Yansen.

“Usul Mbak, untuk Market Day tahun depan orangtua harus ada sosialisasi dulu, sehingga tahu tujuan kegiatan Market Day untuk apa dan apa manfaatnya bagi anak-anaknya. Kemarin di grup wali murid kelas V kan ada yang protes, katanya ada kelompok yang produknya dibantu dikerjakan ibunya. Yah, kadang yang namanya Ibu tidak melihat anaknya kerepotan, sehingga langsung diambil alih. Tindakan itu kan kurang tepat. Padahal memang kegiatan ini untuk melatih anak-anak berkembang. Walaupun ada yang kurang pas dikasih contoh saja, jangan langsung diambil alih, dikerjakan. Saya rasa hanya itu Mbak, kalau masalah biaya, tidak memberatkan, karena produk yang dibuat anak-anak sederhana. Dampaknya juga terasa. Anak-anak menjadi bisa berbicara, percaya diri, semakin akrab dengan temannya, dan mulai terbuka pikirannya mengerti susah payahnya orangtua berjualan dan mengatur keuangan.” (Roika:2024)

4. KESIMPULAN

Kegiatan *Market Day* di SDN Ngadirejo 5 Kota Kediri telah berhasil menumbuhkan karakter kewirausahaan siswa, mulai dari percaya diri, tanggung jawab, empati, berpikir kritis, kreatif, antusias, adaptif, dan gigih. Peneliti bersama guru dan kepala sekolah, melakukan observasi pembelajaran, wawancara, hingga *Focus Group Discussion* (FGD) untuk merancang Rencana Aksi Kolaborasi (RAK). Semua proses ini dirancang agar menjadi pengalaman nyata (*meaningfulness*) yang mengembangkan kompetensi dan karakter wirausaha siswa secara menyeluruh.

Siswa mulai menunjukkan keberanian dan kepercayaan diri saat mereka memperkenalkan produknya sendiri kepada pelanggan. Pembagian peran dan pelaksanaan tugas memperkuat nilai tanggung jawab. Sikap saling membantu ketika teman kesulitan

mencerminkan empati. Saat menghadapi kendala, siswa mampu berpikir cepat, berdiskusi dan mengambil keputusan bersama, menunjukkan berpikir kritis di lapangan.

Sisi kreativitas terlihat dari ide promosi yang unik dan menarik hati pelanggan, sedangkan antusiasme mereka tercermin dari semangat tinggi tanpa merasa lelah walau cuaca panas atau ramai. Sikap adaptif tampak saat mereka mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan situasi, dan karakter gigih terlihat dari kegigihan mereka terus menawarkan produk.

Pembelajaran yang bermakna (*meaningfulness*) seperti *Market Day* tidak hanya teori di mana penekanan belajar melalui praktik langsung melalui interaksi nyata, kreativitas, refleksi dan dukungan guru serta antar teman, akan membantu siswa membentuk *entrepreneurial mindset*, pengambilan keputusan dan kepemimpinan sejak dini. Karakter yang berkembang, seperti percaya diri, kreativitas, antusiasme, adaptabilitas, tanggung jawab serta gigih menjadi fondasi mental siswa dalam menghadapi tantangan global siswa SDN Ngadirejo 5 Kota Kediri di masa depan yang terus berubah.

Saran untuk penelitian berikutnya, peneliti bisa mempertimbangkan pengembangan kajian yang lebih luas dengan fokus pada nilai-nilai karakter yang lebih beragam dan kompleks, seperti integritas, kemandirian atau aspek lain di luar jiwa kewirausahaan. Penelitian juga dapat disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan pihak terkait agar hasil yang diperoleh lebih relevan. Disamping itu pendekatan yang lebih bervariasi ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih komprehensif, sehingga dapat memperkuat upaya pengembangan kualitas pendidikan kewirausahaan dan karakter siswa di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Program Kampus Mengajar yang mewadahi tim peneliti melaksanakan penelitian dan SDN Ngadirejo Kota Kediri yang telah berkenan menjadi sekolah percobaan pengembangan kegiatan *Market Day* dalam membentuk karakter wirausaha siswa

BIOGRAFI PENULIS

Dr. Eunike Rose Mita Lukiani, M.Pd. adalah Dosen di Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, yang mengkhususkan diri dalam Bidang Ilmu Ideologi Ekonomi dan Ekonomi Kerakyatan.

Email: eunike_rose.ep@upnjatim.ac.id

Shinta Maya Shafa adalah mahasiswa program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Jawa Timur, yang mengkhususkan diri dalam Bidang ilmu Pendidikan Ekonomi.

Email: shintashafa90@gmail.com

DAFTAR PUSTAKA

Artiya, Y. S., & Supardi. (2024). Implementasi *Market Day* online sebagai media pengembangan Profil Pelajar Pancasila (Studi kualitatif di Kelas VII SMP Negeri 41 Jakarta). *SECONDARY: Jurnal Inovasi Pendidikan Menengah*, 4(3), 93–101.

- Latif, A., Fahlevi, M. A., & Kurniawati, H. (2023). Meningkatkan kepercayaan diri siswa dalam kegiatan *Market Day* di Sekolah Alam Matoa Kota Depok. *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 2(3), 10088–10096.
- Maya, A. (2023). Menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini membangun mental yang tangguh. *TPET (Were Theory, Practice, Experience, & Talent Meet) Community Service Journal*, 56–62.
- Oktamarina, L. (2023). Pengaruh kegiatan *Market Day* terhadap keterampilan sosial anak usia dini kelompok B di TK Chiqa Smart. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3, 5555–5565.
- Permata. (2024). The influence of *Market Day* activities on the value of honesty in children aged 5–6 years at One Roof Kindergarten Permata Hati Kembang Seri. *Educational Leadership and Management*.
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Risna Dewi, N. W. ., Windayani, N. L. I. ., Arifin, A., Laia, B. ., & Sutajaya, I. M. . (2024). Membangun jiwa entrepreneurship dan kreativitas di sekolah melalui kegiatan *Market Day* berorientasi kearifan lokal. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 100–112. <https://doi.org/10.37329/cetta.v7i2.3221>
- Saaadah, S. S. (2023). Membangun karakter kewirausahaan melalui kegiatan *Market Day* di kelas 5 SDN Cimekar. *Daya Nasional: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 20–27.
- Sari, U. T. (2022). Pengaruh karakteristik wirausaha dan komitmen wirausaha terhadap kinerja usaha. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 274–287.
- Sholihatul, S. (2025). Innovation of business curriculum in elementary schools: Implementation of *Market Day* and *Business Day* activities. *JMPID (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam)*, 79–98.
- Sormin, Y., Ananthia, W., & Furnamasari, Y. F. (2025). Penerapan model pembelajaran PJBL dalam meningkatkan kreativitas siswa melalui kegiatan *Market Day*. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10, 1351–1362.
- Susmawati, E. (2021). Penerapan pendekatan quantum (*Quantum Teaching and Learning*) mata pelajaran dasar-dasar akuntansi untuk meningkatkan prestasi belajar siswa kelas X SMK. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 46–56.
- Wirastika, S. (2016). Pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) gula aren di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 51–60.
- Yanti, A. (2019). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, self-efficacy, locus of control, dan karakter wirausaha terhadap minat berwirausaha. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 268–283. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3774>
- Yusnia, Y. (2024). *Market Day*: Strategi menumbuhkan literasi finansial pada siswa SDN 88 Kota Bengkulu. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 376–382.